

Lao People's Democratic Republic  
Ministry of Agriculture and Forests

-----

*République Démocratique Populaire Lao  
Ministère de l'Agriculture et des Forêts*

**Programme d'appui  
à l'Etablissement d'Indications Géographiques au Laos  
(PEIG)**

RAPPORT DE DEMARRAGE

*Groupement CIRAD – LCG – INAO  
Avril 2007*

## Table of Contents

<b>1. CONTEXTE .....</b>	<b>4</b>
<b>ACTIVITE 1. «Reconnaître les Indications géographiques» : Développer le cadre légal, les actions de sensibilisation et la constitution des groupes porteurs.....</b>	<b>6</b>
<b>ACTION 11. Appui a La Finalisation du Cadre Légal.....</b>	<b>6</b>
Sous-action 11.2 Réunions du Groupe de travail pour l'analyse et la finalisation du Décret sur les IG..	7
Sous-action 11.3 Voyage d'étude dans un pays voisin .....	8
Sous-action 11.4 Appui à la mise en place du Bureau des IG .....	8
Sous-action 11.5 Appui à l'installation de la Commission des IG.....	8
<b>ACTION 12. Sensibiliser et Communiquer sur Les Ig .....</b>	<b>9</b>
Sous-action 12.1 Sensibilisation des décideurs politiques et économiques .....	9
Sous-action 12.2 Sensibilisation – formation des agents du MAF et des structures de développement rural .....	9
<b>ACTION 22. Sélection par les Autorités du ou des produits pour la deuxième phase... 14</b>	
<b>ACTION 23. Mise en place de cas-pilote d'Indication Géographique (Deuxieme phase) .....</b>	<b>14</b>
Sous-Action 23.1 Mise en place d'une base de données, outil collectif de la filière concernée .....	14
Sous-Action 23.2 Délimitation des terroirs et caractérisation du produit .....	15
Sous-action 23.3 Mise en place d'un plan commercial et marketing amélioré.....	16
Sous-Action 23.4 Promotion et prospection internationales .....	18
<b>ACTIVITE 3 «Définir les règles des Indications géographiques». Proposer et tester des délimitations géographiques et des règles techniques. ....</b>	<b>18</b>
<b>ACTION 31. Proposer Les Regles Desig : Cahier des Charges et Plan de Contrôle .....</b>	<b>19</b>
Sous-action 31.1 Cahier des charges .....	19
Sous-action 31.2 Voyage d'étude à l'étranger .....	19
Sous-action 31.3 Définition du plan de contrôle.....	19
<b>ACTION 32. Tester et Ajuster les regles : Cahier des Charges et Plan de Control.....</b>	<b>20</b>
Sous-action 32.1 Test du cahier des charges.....	20
Sous-action 32.2 Test du plan de contrôle .....	20
<b>ACTION 33. Consolider La Démarche .....</b>	<b>20</b>
Sous-Action 33.1 Edition.....	20
Sous-Action 33.2 Evaluation et ajustement du dispositif.....	20
Sous-Action 33.2 Séminaire final .....	20
<b>ASSISTANCE TECHNIQUE PONCTUELLE REQUISE.....</b>	<b>26</b>

Le Projet d'Etablissement des Indications Géographiques au Laos (PEIG) a été initié le 21 janvier 2007.

Le présent rapport de démarrage, établi trois mois après la mise en place du PEIG, s'appuie sur les informations suivantes :

- le dossier d'appel d'offres et termes de référence pour la prestation d'assistance technique auprès de la maîtrise d'ouvrage du PEIG (août 2006)
- les propositions de l'offre technique retenue (octobre 2006)
- les réunions de cadrage avec le Ministère de l'Agriculture et des Forêts et avec divers spécialistes depuis le démarrage du projet en janvier 2007
- les résultats des missions d'appui concernant le cadre juridique, l'organisation des acteurs, l'analyse des filières et le potentiel des marchés (mars et avril 2007)
- la bibliographie identifiée.

Il intègre aussi

- les résultats des premières enquêtes et réunions de terrain menées entre le 21/1 et le 20/4/2007 avec des producteurs, commerçants et autres opérateurs économiques des produits concernés par le projet : café, thé, soie, riz parfumé, algues séchées.
- les avis des membres du Comité de Pilotage du PEIG, exprimés individuellement ou pendant la première réunion plénière du Comité le 27 février 2007.

« Identifier, reconnaître et promouvoir des produits Lao originaux et spécifiques, par le mécanisme des Indications Géographiques » : Tel est l'objectif général du PEIG. Pour atteindre cet objectif, l'analyse des Termes de référence du Programme d'Appui à l'Etablissement d'Indications Géographiques au Laos (PEIG) montre que l'assistance technique au projet doit être axée sur le **renforcement des capacités nationales**. Ceci concerne tant les opérateurs économiques concernés que l'administration nationale et locale. La finalité est double : mettre en place un cadre institutionnel opérationnel pour les indications géographiques (IG) ; mais aussi identifier des produits potentiels et garantir la mise en marché réussie d'au minimum un produit-pilote à l'export, ayant valeur d'exemple pour d'autres filières concernées.

Trois grands axes de travail sont proposés :

- a) La mise en place du **cadre légal et institutionnel** relatif aux indications géographiques, en lien avec la sensibilisation des acteurs économiques et la formation des cadres.
- b) L'analyse des **produits et des marchés** potentiels : étude de faisabilité pour plusieurs produits potentiels en première phase du projet ; puis, pour la ou les IG sélectionné(s) en deuxième phase, caractérisation approfondie et étude de marché débouchant sur la construction d'une stratégie marketing par le groupe professionnel concerné et sur des actions internationales de promotion vers des marchés à haute valeur ajoutée ;
- c) L'élaboration et la mise en place du **cahier des charges** et d'une proposition de délimitation géographique. Ces actions concernent le ou les produit(s) retenu(s) pour la deuxième phase. La définition du cahier des charges se fera en lien très étroit avec l'élaboration du **plan de contrôle**. Ces dispositifs seront testés sur le terrain dès la deuxième année du projet PEIG.

Le MAF, maître d'ouvrage du projet, souligne deux aspects essentiels :

- Puisque que la notion d'indication géographique est nouvelle au Laos, il est essentiel de développer une **stratégie élargie de communication** et de sensibilisation pour différents publics, depuis les groupes de producteurs jusqu'aux décideurs politiques ;
- La **participation active des opérateurs privés** et des associations de producteurs est déterminante. Elle doit être au coeur de la démarche d'établissement des indications géographiques.

Le PEIG doit donc poursuivre deux objectifs :

- un objectif de sensibilisation, de communication et d'appui à l'établissement d'un environnement institutionnel adéquat, en particulier au plan juridique ;
- un objectif opérationnel d'appui aux opérateurs – producteurs, transformateurs et commerçants du ou des produit(s) retenu(s) en deuxième phase du projet -, pour caractériser le produit et ses conditions de production, et promouvoir ses marchés.

Ces deux objectifs se complètent. Les actions qui y conduisent doivent être menées de front : La reconnaissance juridique et l'accompagnement de produit(s)-pilote sont deux piliers nécessaires pour réussir la construction des Indications géographiques au Laos.

Le projet est divisé en deux phases :

- Première phase : Etude de faisabilité pour plusieurs produits potentiels (6 mois : janvier-juillet 2007)  
A l'issue de cette phase, le Comité de pilotage du PEIG sélectionnera le ou les produit(s) retenus pour la deuxième phase.
- Deuxième phase : Mise en place des indications géographiques (18 mois : août 2007 – janvier 2009)

Les activités et les phases sont résumées dans le tableau suivant :

**Tableau 1: Résumé synthétique des actions proposées.**

Activité	Finalité principale	Phase du projet
Mise en place du cadre légal et institutionnel	Sensibiliser les acteurs à la notion d'indication géographique Doter le Laos d'un cadre réglementaire de construction des IG et des structures idoines.	Phase 1 et Phase 2 Phase 2
Analyse des produits et des marchés	Sélectionner le (ou les) produits où une forte valeur ajoutée est attendue et où la constitution d'une organisation interprofessionnelle active est possible, et construire un plan marketing.	Phase 1 pour tous les produits, Phase 2 pour le (les) produit(s) sélectionné(s).
Elaboration du cahier des charges et du plan de contrôle	Mettre en place une (des) IG pilote et tester, améliorer, les structures.	Phase 2

Dans la suite de ce document, nous rappelons le contexte du projet, puis nous reprenons ces axes de travail et nous proposons les actions à mettre en place au cours des prochaines étapes du projet. Ce ne sont que des propositions préliminaires qui devront être discutées et précisées avec les acteurs concernés, car :

- l'étude de faisabilité pour les produits potentiels identifiés doit se poursuivre jusqu'en juillet 2007 ;
- la mise en œuvre des actions dépend du choix du ou des produits sélectionné(s) pour la deuxième phase du PEIG. Cette sélection sera faite en juillet 2007 par le Comité de Pilotage du PEIG. Le plan d'action devra en tenir compte et s'y adapter.

**Comité de Pilotage PEIG**

- \* Dr Phouangparisack PRAVONGIENGKHA : Secrétaire permanent du Cabinet du Ministre de l'Agriculture et des Forêts, remplacé pendant son détachement temporaire par Mr Xaypladeth CHOULAMANY, Secrétaire permanent adjoint du Cabinet du Ministre.
- \* Dr Monthathip CHANPHENGXAY : Directrice adjointe du NAFRI (National Agriculture and Forest Research Institute), Ministère de l'Agriculture et des Forêts ; et Directrice nationale du PEIG.
- \* Mr Ounheuane SAYACHAK : Directeur, Division de la Législation, Ministère de la Justice, remplacé par Mme Vanthala DOUANGMANIVANT, Division de la Législation, Ministère de la Justice.
- \* Mr Makha CHANTHALA : Directeur adjoint, Division de la propriété intellectuelle, STEA ; remplacé par Mme Vanthala PHONGMANIVANH
- \* Mr Phouvong PHOUMMAVOUTH : Directeur adjoint, Centre de promotion commerciale et industrielle.

## **1. CONTEXTE**

En République Démocratique Populaire Lao, les secteurs de l'agriculture et des forêts contribuent pour environ 50% au PIB et emploient plus de 80% de la population. Par ailleurs, la balance commerciale est largement déficitaire.

Pour développer ses exportations et participer à sa politique globale de lutte contre la pauvreté, le Laos souhaite développer des approches mettant en valeur la qualité et la spécificité de certaines de ses productions qui n'ont pas d'avantages comparatifs sur les marchés de masse standard.

Dans le commerce international des produits agricoles et artisanaux, les acteurs des filières qui produisent des attributs de qualité dits « symboliques », comme par exemple les marques, les signes « biologiques » et « équitables », tendent à percevoir une plus grande part de la valeur du produit fini. La production d'attributs de qualité « matériels », au contraire, voit sa part de valeur s'amenuiser.

Les signes de qualité liés à l'origine du produit font partie des rares attributs symboliques que les pays et régions producteurs peuvent s'approprier. Les plus connus sont les appellations d'origine qui ont contribué au développement notable de beaucoup de régions européennes. Ces signes, synonymes de qualité pour les consommateurs, sont gérés collectivement par les acteurs d'une filière locale. Le produit enregistré et protégé est la réunion de savoir-faire et d'attributs de qualité liés aux conditions agro écologiques.

Au Laos, plusieurs produits pourraient réunir les conditions d'enregistrement d'un signe lié à l'origine : le café et le thé de Paksong (ou des Bolovens), la soie de Pak Eum, le riz gluant violet et le riz parfumé des provinces du Nord et les algues de Luang Prabang pour citer les plus connus.

Le signe distinctif, lié à l'origine d'un produit, reconnu internationalement est l'« Indication Géographique » (abrégié IG dans la suite de ce texte). Il fait partie depuis 1994 des accords signés dans le cadre de l'OMC, connus sous le nom de ADPIC, accords sur les droits de propriété intellectuelle liés au commerce.

**Définition:** L'Indication Géographique constitue un droit de propriété intellectuelle spécifique, distinctif, reconnu par l'Organisation Mondiale du Commerce au même titre que les marques ou les brevets. Le projet de loi sur la protection des indications géographiques du Cambodge dans son article 3 reprend la définition des accords ADPIC (article 22) de l'OMC :

*“On entend par indication géographique une indication servant à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un membre, ou d'une région, ou localité de ce territoire, dans les cas où une qualité, réputation, ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique»*

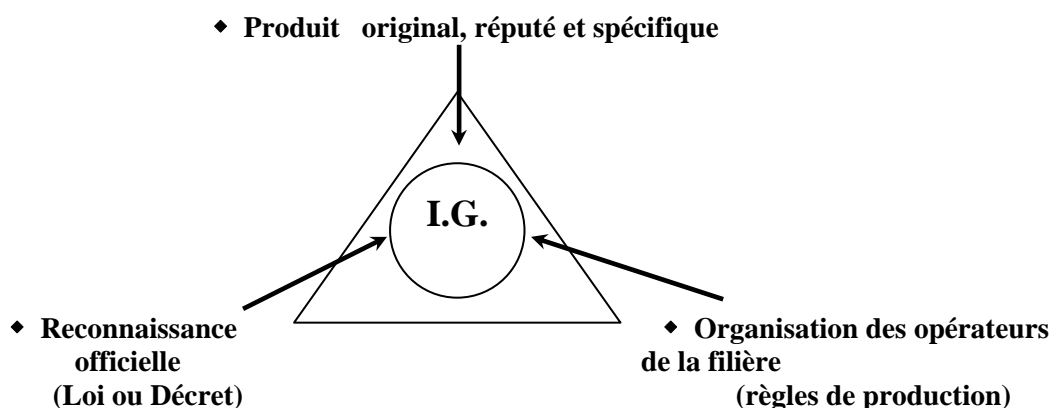
Cette définition des IG est très large. De sorte que peuvent se ranger aujourd'hui sous cette notion aussi bien des produits agricoles, agro-alimentaires qu'industriels ou artisanaux.

Les **trois premiers mois du Projet** qui viennent de s'écouler ont déjà permis de développer de nombreux contacts à Vientiane et dans les Provinces, de réaliser des missions à dominante thématique (cadre juridique, identification des opérateurs, diagnostics de filière, analyse des marchés), de sensibiliser et de tester la réceptivité des acteurs économiques concernés pour les principaux produits. De ces premiers travaux, il convient de retenir quelques enseignements essentiels pour l'adaptation du projet au contexte laotien :

- Le Laos, pays enclavé et moins densément peuplé que ses voisins, exporte peu de produits transformés. Pour y parvenir une des stratégies possibles est bien, malgré les nombreux obstacles commerciaux et logistiques à franchir, de différencier certaines productions sur la base de leur originalité et de leurs qualités spécifiques. Les indications géographiques peuvent donc tracer une voie d'avenir originale pour concilier exportation et valorisation de ressources locales.
- Dans plusieurs filières (café, riz, soie), des opérateurs privés ont déjà réalisé un travail pionnier très important et réussi. Toutefois ils font face à de nombreuses incertitudes et ressentent la nécessité d'organisation de la production, de soutien technique à la qualité à la caractérisation ou à la promotion des produits, et/ou de protection juridique. Dans certaines régions, l'avenir de ces filières est essentiel pour le développement rural.
- Les marchés potentiels sont importants pour des produits identifiés, sûrs et de qualité spécifique. Mais ils exigent une bonne coordination dans l'ensemble de la filière jusqu'aux distributeurs, avec des accords sur la qualité et une rémunération des efforts consentis par chaque acteur.
- Le Laos ne fait pas encore partie de l'OMC, mais prévoit une adhésion fin 2008 ou début 2009. Il prévoit de se doter d'une loi sur la propriété intellectuelle en conformité avec les textes de l'OMC. Ce projet de loi est un véritable code qui a vocation à regrouper l'ensemble des textes sur la propriété intellectuelle. En ce qui concerne les indications Géographiques il existe déjà un projet de Décret qui pourrait être amélioré et adopté avant le vote de la loi.

L'enregistrement d'une IG repose en effet sur trois bases ; i) une législation idoine et ses textes d'application incluant les mécanismes de contrôle, ii) un produit réputé, connu et caractérisé et iii) une entité représentative de la filière porteuse du projet.

**Figure 1 : Composantes requises pour une Indication Géographique (IG)**



Ces 3 composantes correspondent logiquement aux 3 grandes activités du PEIG :

- Caractériser les produits et développer les marchés (activité 2)
- Définir les règles de production (délimitation géographique et cahier des charges) (activité 3)
- Reconnaître les Indications géographiques (cadre légal et institutionnel) (activité 1)

**ACTIVITE 1. « RECONNAITRE LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES » : DEVELOPPER LE CADRE LEGAL, LES ACTIONS DE SENSIBILISATION ET LA CONSTITUTION DES GROUPES PORTEURS.**

L'activité 1 se déroule au long des deux phases du projet. Elle comprend trois actions principales :

11. favoriser la mise au point du cadre légal pour les indications géographiques au Laos ;
12. mener des actions de communication et de sensibilisation sur les IG pour différents publics ;
13. appuyer la constitution des groupes demandeurs des IG.

**ACTION 11. APPUI A LA FINALISATION DU CADRE LEGAL**

La définition du cadre légal est évidemment essentielle pour guider et sécuriser les acteurs économiques susceptibles de s'engager dans l'enregistrement d'indications géographiques. L'assistance à la mise en place et à la gestion du **cadre légal et institutionnel** est une condition cruciale de la réussite du projet. Elle englobe non seulement la finalisation du projet de loi mais l'élaboration des décrets et conditions d'application. Elle est fortement connectée avec l'action 12. sur la formation des cadres et la sensibilisation des acteurs économiques.

Un projet de décret du Premier Ministre sur la protection des Indications Géographiques au Laos a été élaboré par le STEA (Département de la Propriété intellectuelle, de la Standardisation et de la Métrologie), avec l'appui de l'Institut National Français de l'Origine et de la Qualité (INAO). Ce projet de décret prévoit de créer un service de gestion administrative et d'enregistrement des demandes d'IG (« bureau des IG ») et un organisme de délibération, dénommé « Commission des IG », chargé de statuer sur les demandes. Toutefois des appuis sont nécessaires pour la finalisation de ce projet et pour sa mise en application.

Le Service juridique et international de l'INAO dispose d'une vaste expérience dans ces activités d'audit et d'appui. Il a contribué en 2005 à l'élaboration du projet de décret sur la protection des indications géographiques au Laos, et est intervenu à de nombreuses reprises en appui sur ce thème

dans la sous-région (Vietnam, Thaïlande, Cambodge). Pendant toute cette action, l'INAO assurera ensuite une collaboration auprès de la STEA /Département de la Propriété intellectuelle, de la Standardisation et de la Métrologie, par des missions d'appui de courte durée et par un appui permanent à distance.

- Sous-Action 11.1      Atelier sur la procédure d'enregistrement et de reconnaissance des IG
- Un premier travail a déjà été réalisé par le PEIG en matière d'audit de la réglementation nationale et des engagements internationaux du Laos dans les domaines suivants concernés par les IG: propriété intellectuelle ; protection du consommateur ; concurrence déloyale ; produits agricoles et alimentaires ; répression des fraudes aux produits agricoles et alimentaires. Les administrations et autres structures publiques et privées laos susceptibles d'être compétentes en matière d'IG ont été recensées par le STEA (Département de la Propriété intellectuelle, de la Standardisation et de la Métrologie) avec l'appui de l'Institut National Français de l'Origine et de la Qualité (INAO). Un premier Atelier de sensibilisation sur les IG a été réalisé le 27 février 2007 à l'occasion de la première réunion du Comité de Pilotage du PEIG, élargi pour l'occasion. Mais un travail plus approfondi est nécessaire.
- Un Atelier de deux jours sera organisé en Phase 1 (juillet 2007) en invitant l'ensemble des structures concernées (STEA, Ministères de la Justice, de l'Agriculture et des Forêts, du Commerce, de l'Industrie, de la Santé, les douanes, la Chambre de commerce, le Département des Lois de l'Assemblée nationale..) pour former celles-ci au thème nouveau des Indications géographiques et pour analyser le projet de Décret. Outre les institutions ci-dessus, il pourrait réunir des représentants de diverses Provinces (qui seront chargées de l'application opérationnelle), des départements et du Comité scientifique du MAF, et du Comité de pilotage du PEIG. L'INAO –Service juridique et international- y participerait comme personne-ressource. Serait invité également un représentant d'un pays voisin ayant déjà avancé dans le domaine des IG (Vietnam ou Thaïlande).
- Grâce aux acquis des premiers mois du PEIG, cet Atelier pourra se baser sur des exemples précis et faire le lien entre la discussion sur le cadre légal et les exemples concrets des produits étudiés en phase de faisabilité.
- Il permettra de réfléchir au rôle possible de chaque institution dans le processus de reconnaissance et de suivi des IG (identification, dépôt de la demande, examen de la demande, accompagnement des groupes demandeurs..), à la composition des commissions, etc. Il permettra le lancement dans de bonnes conditions du groupe de travail interinstitutionnel chargé de suivre l'aboutissement du projet de Décret sur les IG.

Les produits attendus à l'issue de cette action sont :

- Des propositions pour l'adaptation du texte de décret ou des circulaires d'application du décret sur les IG.

**Sous-action 11.2      Réunions du Groupe de travail pour l'analyse et la finalisation du Décret sur les IG**

Le STEA /Département de la Propriété intellectuelle, de la Standardisation et de la Métrologie, a émis le souhait de pouvoir réunir un groupe de travail inter-institutionnel pour finaliser le projet de Décret et préparer les modalités concrètes de son application.

Le PEIG soutiendra activement cette sous-action. Des réunions bimensuelles pourront être nécessaires pour garantir une bonne avancée du projet de Décret.



**Sous-action 11.3      Voyage d'étude dans un pays voisin**

Un voyage d'étude sur les aspects légaux des IG sera organisé par le PEIG à l'intention d'un groupe de décideurs, dans un des pays voisins ayant déjà avancé dans l'identification, la reconnaissance légale et dans la mise en place d'une procédure concrète d'analyse et d'enregistrement des demandes d'Indications géographiques. Ce voyage pourrait avoir lieu par exemple au Vietnam, où le nhoc-mam de Phu Coq a déjà obtenu la reconnaissance en IG et où d'autres produits sont à l'étude dans un cadre administratif proche de celui du Laos ; et / ou en Thaïlande, où plusieurs IG sont en cours sur des produits proches de ceux envisagés au Laos (riz parfumé Hom Mali ; soie..) et où la proximité linguistique est favorable aux échanges.

Ce voyage serait à réaliser pendant la phase 2 (après juillet 2007). Il nécessiterait 5 jours dans la capitale et dans les régions concernées. Il se concentrera sur la mise en place du cadre légal et institutionnel : identification, enregistrement et registre des Indications Géographiques ; groupes locaux porteurs ; organismes de contrôle.

**Sous-action 11.4      Appui à la mise en place du Bureau des IG**

La deuxième phase du projet a pour objectif la mise en place opérationnelle du cadre réglementaire, ce qui implique la constitution des instances et le fonctionnement des procédures de demande, d'enregistrement et de contrôle.

A la fin des étapes précédentes :

- l'administration aura été largement informée sur le fonctionnement concret du système des IG ;
- les autorités auront statué sur le nombre et le profil des professionnels qui participeront aux instances compétentes prévues par le projet de Décret sur la protection des IG (Bureau des IG chargé de la réception et de l'enregistrement administratif des demandes, et Commission des IG chargée de l'examen des demandes sur le fond).

Le projet appuiera donc la constitution des instances et le fonctionnement des procédures prévues par le Décret sur les IG. Cependant, la promulgation du décret sur la protection des IG au Laos dépend de circonstances extérieures au Projet. Il n'est donc pas garanti que les outils réglementaires soient finalisés et promulgués dans le temps d'activité prévu pour le PEIG (jusqu'en janvier 2009). Mais d'une part, avant même la parution du décret, les actions du PEIG sur le terrain permettront de tester l'ensemble des procédures, depuis la caractérisation du produit IG jusqu'à sa promotion sur les marchés extérieurs. D'autre part, dès la parution du Décret, le PEIG appuiera la mise en place du bureau des IG prévue dans le cadre du STEA.

**Sous-action 11.5      Appui à l'installation de la Commission des IG**

De même, le PEIG permettra le fonctionnement pilote de la procédure d'examen des demandes d'IG. Dès la signature du décret, le PEIG pourra aider à l'installation de la Commission chargée de cette fonction.

Le PEIG appuiera donc l'établissement des entités et procédures nécessaires pour la reconnaissance et le contrôle des IG : commission nationale d'examen des demandes d'IG, bureau des IG localisé dans la STEA, et procédures de contrôle (dont la responsabilité devrait revenir à des organismes indépendants).

Le projet disposera de moyens pour renforcer le démarrage de ces instances, mais aussi pour les accompagner dans la construction de budgets équilibrés, dans la perspective de leur pérennité après le projet PEIG.

Ce travail de répartition des compétences sera soutenu au cours de la deuxième phase du PEIG par deux missions du Service Juridique et international de l'INAO, qui permettront de faire le point sur les avancées du cadre institutionnel.

## **ACTION 12. SENSIBILISER ET COMMUNIQUER SUR LES IG**

La notion d'indication géographique est nouvelle au Laos. Sa mise en application requiert un travail intense d'explication, d'illustration et d'organisation institutionnelle. La traduction en Lao de la notion d'indication géographique et du vocabulaire qui s'y rattache demandera une attention et un suivi particulier.

Ce travail doit être décliné en direction des différents publics du PEIG :

- les décideurs politiques et économiques
- les agents de développement rural et de vulgarisation (MAF, PAFO, Organisations non gouvernementales, Organisations de producteurs telles que Lao Women's Union, etc.)
- les producteurs et associations de producteurs, acteurs économiques locaux des filières potentielles.

Même si le PEIG concentre son action de terrain en deuxième phase sur un produit et une région en particulier, il est essentiel que cette action de sensibilisation et de communication (« awareness ») continue par ailleurs à se développer à un échelon national, afin de construire des bases solides pour la poursuite de la dynamique IG au Laos.

L'approche choisie par le PEIG est basée sur le renforcement des capacités des responsables (administration, secteur privé, producteurs), implique des actions spécifiques auprès des différents acteurs. Elle se traduit également par la manière de conduire l'ensemble des actions du projet, depuis la phase de diagnostic jusqu'à l'élaboration de propositions. Ce principe vise l'efficacité du processus multi-acteurs ; en effet si l'un des acteurs s'oppose au projet par manque d'information ou de concertation, c'est l'ensemble du projet qui sera retardé ou remis en cause.

### ***Sous-action 12.1 Sensibilisation des décideurs politiques et économiques***

Les décideurs politiques et économiques seront sensibilisés aux enjeux des IG pour le Laos et pour les filières, par plusieurs mécanismes :

- des rencontres directes avec le secteur privé et avec les responsables des Ministères, par exemple à l'occasion des missions d'experts de courte durée ;
- la tenue des Comités de Pilotage du PEIG qui comprendront systématiquement dans l'ordre du jour une présentation pédagogique sur un thème relatif aux IG (ainsi, lors de la première réunion du Comité de Pilotage le 27 février 2007, des exposés ont été réalisés sur le cadre juridique des indications géographiques, et sur le rôle des associations de producteurs dans leur mise en œuvre) ;
- des voyages d'étude à l'étranger : un voyage est prévu autour du cadre légal et institutionnel ; un autre aura lieu avec un groupe de décideurs du produit retenu pour la Phase 2 du PEIG
- l'édition de plaquettes de divulgation sur la notion d'indications géographiques.

### ***Sous-action 12.2 Sensibilisation – formation des agents du MAF et des structures de développement rural***

Le public concerné par cette action est constitué par les agents du MAF au niveau central (NAFRI, NAFRES, PCADR..) et dans les Provinces (PAFO), ainsi que par les autres structures concernées par le développement rural et qui peuvent collaborer aux objectifs du PEIG, comme par exemple Lao Women's Union ou encore des organisations non gouvernementales.

- La formation des ressources humaines : Une analyse des ressources humaines disponibles et des besoins de formation sera réalisée avec le MAF/ NAFRI et la STEA au cours de la phase d'étude de faisabilité. Elle débouchera sur un plan de formation à mettre en place au cours de la deuxième phase. L'avancement de ce plan sera évalué périodiquement par le Comité de Pilotage ;

**Programme d'appui à l'Etablissement  
d'Indications Géographiques au Laos (PEIG)**

- Des correspondants ont été identifiés au sein des structures gouvernementales, afin de s'assurer de l'appropriation de la démarche et des méthodes du projet IG. Ces experts nationaux permanents sont chargés de suivre un thème en particulier. Ils travailleront en binôme avec les experts internationaux qui interviennent dans le cadre du PEIG. Ils seront leurs correspondants en particulier pour acquérir les méthodes et obtenir à distance tout support ou information nécessaire au projet.

Thématique	Expert international	Expert national
Cadre juridique des IG	Véronique FOUKS	Mr Makha CHANTHALA / STEA
Organisation des producteurs d'IG	Charles PERRAUD	Mlle. Saichay PHOUMANIVONG / MAF
Analyse des filières	Denis SAUTIER	Mr. Kamphou PHOUIYAVONG / MAF
Etudes de marche, marketing	Stéphane GOUIN	M. Vongvilay VONGKHAMXAO, marketing
Délimitation géographique	Claude SARFATI	
Cahier des charges et procédures de contrôle	Charles PERRAUD	Mlle. Saichay PHOUMANIVONG / MAF

- Pour les agents du MAF, des PAFO et des ONG susceptibles de travailler en relation directe avec le PEIG, une série de brochures thématiques seront produites en anglais et en Lao, à partir des présentations des experts internationaux sur les thèmes ci-dessus. L'ensemble constituera une « boîte à outils » avec les différentes composantes de la méthode d'identification et d'accompagnement de la démarche IG.

**Sous-action 12.3      Sensibilisation des producteurs et des opérateurs économiques locaux**

- Dès la première phase du projet, des réunions d'information des acteurs économiques régionaux ont lieu dans chaque Province concernée par l'étude de faisabilité sur les produits potentiels IG : Xieng Khoang, Luang Prabang, Champasak. Elles permettront à des groupes de producteurs, à des transformateurs et commerçants de connaître les éléments caractéristiques d'une indication géographique et de prendre connaissance d'une fiche de description simplifiée.
- Des feuilles de vulgarisation simples seront éditées et complétées au fur et à mesure de la promulgation des textes réglementaires.
- Deux manuels pédagogiques seront publiés : le Guide du demandeur d'IG, et un manuel de défense internationale des IG. Le « mode d'emploi » de la procédure IG sera établi et diffusé sous la forme d'un « Guide du demandeur d'IG », en langage clair à destination des acteurs économiques (voir pour exemple le guide IGP sur le site <http://www.inao.gouv.fr/public/home.php>).

Un atelier inter-provincial de sensibilisation et formation pour les acteurs économiques sera organisé pour le lancement du Guide du demandeur d'IG

Pour l'ensemble de l'action 12, un appui pédagogique sera apporté par un spécialiste en communication rurale qui interviendra d'abord à distance en Phase 1, puis participera à la production des documents avec notamment une mission au Laos en phase 2.

**ACTION 13. APPUI ET ACCOMPAGNEMENT DES GROUPES DEMANDEURS D'IG**

La constitution des groupements demandeurs est une composante centrale de l'établissement d'une Indication Géographique. Elle vise :

- à faciliter un accord entre les principaux opérateurs économiques : producteurs, transformateurs, négociants locaux, sur les caractéristiques qui fondent l'originalité et la qualité du produit ;
- à créer des mécanismes de dialogue régulier entre ces opérateurs pour discuter de la délimitation géographique et du cahier des charges, mais aussi du plan marketing et des procédures de contrôle du produit ;
- à structurer la demande d'enregistrement IG qui devrait être déposée par un groupement représentatif des acteurs concernés par la filière dans le territoire considéré.

Cette action requiert la présence en deuxième phase, dans la région et pour le produit qui seront retenus par le Comité de Pilotage PEIG de juillet 2007 pour la deuxième phase du projet, d'animateurs en développement communautaire. Ils auront en charge :

- l'étude des systèmes agraires
- la motivation et la mobilisation des différents acteurs de la filière (négociants, transformateurs et producteurs)
- l'animation et l'appui à l'organisation au plan des villages
- l'animation et l'appui à l'organisation entre les villages
- l'appui à la délimitation de la zone et définition du cahier des charges (voir Action 3)

Cette action se déroulera en dehors de Vientiane et requiert une forte mobilité. Cela justifie l'acquisition d'un **véhicule**, et la prévision de frais d'entretien et de carburant.

***Sous-Action 13.1 Motivation et préparation du groupe demandeur de l'IG***

Le projet suscitera la création d'une organisation collective porteuse de la demande d'IG et qui jouera le rôle d'organisation de gestion et de défense du produit, en associant des intervenants de la production, du stockage de la transformation et du commerce.

Le travail d'organisation des relations internes à la filière représente un travail de longue haleine, dont la difficulté ne doit pas être sous-estimée (absence d'organisations préalables, producteurs désinformés, taille des zones de production et accessibilité, surtout en saison des pluies...). L'option de ne travailler qu'avec les transformateurs ou les commerçants, qui sont moins nombreux et plus accessibles, ne pourrait pas donner des résultats durables sur le long terme. Un travail d'organisation des « organisations professionnelles concernées » ainsi que d'articulation entre elles, au travers de réunions et de mises en relations (échanges d'expériences..) est donc nécessaire dans la perspective de la constitution d'un groupement demandeur.

Toutefois cet objectif est réalisable, comme le montrent les résultats obtenus pour le café sur le plateau des Bolovens : en 2006, le point d'application des Bolovens (PAB) géré par le Ministère de l'Agriculture et des Forêts (MAF) avec l'appui de LCG et du CIRAD a ainsi structuré et légalisé 39 groupements de producteurs et une population d'environ 28 000 personnes, visant une association de second niveau.

Les appuis nécessaires sont de type organisationnel et participatif – domaines dans lesquels le chef de mission et le spécialiste de développement communautaires engagés par le PEIG disposent d'une large expérience acquise dans plusieurs Provinces du Laos. Cette action en deuxième phase s'appuiera sur les compétences du spécialiste des initiatives communautaires recruté par LCG.

**Sous-Action 13.2 Constitution des groupements demandeurs**

- choix de la structure juridique
- statuts et règlement intérieur.

Les travaux à réaliser sont l'information des opérateurs ; la fourniture de documents de référence (statuts-types, Règlements intérieurs) ; et l'appui à la constitution des premiers Groupements Demandeurs.

**ACTIVITE 2. «PROMOUVOIR LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES». CARACTERISER LES PRODUITS ET DEVELOPPER LES MARCHES.**

Les actions de l'activité 2 commencent en première phase (janvier - juillet 2007) par les études de faisabilité portant sur plusieurs produits IG potentiels au Laos.

Elles se poursuivent en deuxième phase (juillet 2007 – janvier 2009), pour le ou les produit(s) sélectionné(s), par une approche approfondie de la filière et des caractéristiques originales du produit, et par l'élaboration d'un plan marketing débouchant sur des actions de promotion commerciale. .

**ACTION 21. ETUDES DE FAISABILITE**

Les produits présélectionnés dans les termes de référence de l'assistance technique au PEIG étaient le café et le thé de Paksong (ou des Bolovens), la soie de Pak Eum, le riz gluant violet des provinces du Nord, les algues de Luang Prabang.

Cette liste a été maintenue avec les ajustements suivants :

- la soie de Pak Eum est peu connue des spécialistes Lao ; l'étude de faisabilité est donc élargie à la caractérisation de la soie du Laos. Les particularités de la soie du Laos semblent liées à un ensemble de facteurs : vers à soie utilisés, variété de mûrier retenue pour l'alimentation des vers, savoir-faire essentiellement familiaux. Toutefois la production de soie au Laos ne semble pas faire apparaître de forte spécialisation géographique de la production.
- Le Laos étant le premier pays au monde en terme de biodiversité des riz glutineux, il a paru souhaitable de préciser davantage le type de riz étudié comme candidat potentiel à une indication géographique. Les riz violets sont largement dispersés dans le pays et au dehors (Thaïlande). En accord avec l'entreprise Lao Farmers' Products, le choix se porte donc pour l'étude de faisabilité sur le riz gluant parfumé « petit poulet » (kao kai noi) qui semble spécifique de la région d'altitude de Xieng Khoang.
- Enfin en ce qui concerne les algues de Luang Prabang, l'étude de faisabilité portera sur les algues séchées et aromatisées du Mékong et de ses affluents (Kai phen) et non sur les algues fraîches ou séchées en général.

Les produits cités présentent tous, du point de vue de leur potentiel IG, de réelles opportunités mais aussi certaines contraintes, résumées dans le tableau suivant.

Produit	Principales opportunités	Principales contraintes
Cafés des Bolovens (entre autres du district de Paksong)	Robusta lavé d'altitude : produit unique Typicité marquée des arabicas de qualité Efforts de qualité (traitement voie humide)	Café export principalement torréfié hors Laos Produit final souvent mélangé
Thé vert de Paksong	Goût typique Filière export équitable	Faible volume (peu de surfaces) Concurrence asiatique

**Programme d'appui à l'Etablissement  
d'Indications Géographiques au Laos (PEIG)**

Soie du Laos	Motifs originaux Savoir-faire Mûriers et vers a soie locaux	Matière première en partie importée Production diffuse
Riz parfumé Kao kai noi de Xieng Khoang	Typiquement Lao Variétés originaires du Laos Exportations en cours	Pas de zone bien délimitée Originalité génétique ou liée à un terroir ?
Algues « Khai Phen » de Luang Prabang	Produit original et renommé Marché export potentiel	Produit de cueillette Faible volume

Le choix des produits devra prendre en compte la nécessité de répondre aux éléments essentiels du concept d'Indication Géographique :

- produits bénéficiant d'une notoriété avérée,
- produits pouvant justifier d'une histoire prouvant leur ancrage dans le territoire,
- produits pouvant justifier une qualité maîtrisée afin de ne pas décevoir l'attente des consommateurs.

Chaque étude locale de faisabilité est conçue et conduite comme une action de formation pratique. Chaque étude sera placée sous la responsabilité d'une équipe comprenant des professionnels du produit considéré. De plus, il est fait appel à des spécialistes internationaux pour intervenir sur les thématiques suivantes :

- Montage des IG : Identification et réceptivité des opérateurs : C. Perraud (producteur de sel en France dans les marais salants de Guérande, vice-président du Comité Indications Géographiques de l'INAO)
- Etudes de marché : S. Gouin
- (spécialiste de Marketing agro-alimentaire, Agrocampus Rennes)
- Diagnostic économique de la filière : D. Sautier
- (spécialiste des filières agro-alimentaires de qualité au Cirad)

Chacun des experts réalise pour les cadres Lao une formation thématique approfondie, basée sur l'expérience accumulée par le consortium CIRAD-INAO-LCG dans de nombreuses études de faisabilité antérieures pour des IG.

Puis il accompagne des équipes sur le terrain pour définir les protocoles d'enquête pertinents. Il reste ensuite en soutien à distance à l'équipe jusqu'à la rédaction des résultats, en lien avec le chef de mission.

**Montage des IG : Identification et réceptivité des opérateurs : appui par C. Perraud**

Les opérateurs d'une IG - producteurs ou éleveurs, organismes de collecte ou de stockage, unités de transformation ou de conditionnement et commerçants- seront listés et identifiés en vue de la constitution d'une base de données. Puis les rencontres avec les principaux opérateurs permettront :

- de fournir une première caractérisation du produit et de ses traits originaux
- d'élaborer un tableau de synthèse sur l'organisation des opérateurs et leur réceptivité et conscience collective.

**Etudes de marché : appui par S. Gouin**

**Analyse documentaire externe : canaux de distribution, marketing produit actuel, comportements des consommateurs (données sur Laos, Europe, Japon).**

Analyse de l'offre : enquêtes directives sur l'offre et ses contraintes.

Etude des produits : cohérence des produits avec le marché et ses tendances et leurs potentiels .

Simulation (modélisation) des plus-values attendues avec un enregistrement d'IG.

**Réactions qualitatives des intermédiaires, vendeurs ou consommateurs.**

Définition d'un plan marketing (première étape) : choix d'un marketing mix opérationnel

Le coût d'investissement correspondant à l'option retenue pour le marketing mix sera estimé.

Diagnostic de la filière : appui par D. Sautier

Révision bibliographique des études déjà effectuées (par exemple pour le café, il existe une étude filière du projet PDRPB<sup>1</sup> de 1999 et une analyse du PCADR<sup>2</sup> en 2005).

Le diagnostic de la filière rassemblera les principaux éléments statistiques en volumes et en valeurs. Elle évaluera de façon synthétique l'organisation des flux, l'évolution des prix et des classements selon la qualité en allant de l'amont vers l'aval de la filière, les relations existantes entre opérateurs. Elle identifiera la concurrence (produits de comparaison ou d'imitation) et caractérisera les relations avec les marchés extérieurs (identification des acheteurs actuels et potentiels).

Si les données statistiques sont faibles ou manquantes, les données seront recherchées directement par enquêtes stratifiées auprès des différents types d'opérateurs.

Les investissements nécessaires pour atteindre les objectifs de volume ou de classement qualité satisfaisant aux attentes du marché, seront estimés.

Le consortium CIRAD-INAO-LCG mettra à disposition de l'étude de faisabilité des compétences et/ou des enquêteurs Lao dans les trois domaines suivants : i) commercialisation des produits agricoles ; ii) systèmes agraires : caractéristiques locales de l'environnement et de l'organisation des unités de production agricoles ; iii) développement social villageois.

Produits attendus de cette activité :

- un rapport synthétique pour chaque produit, mettant l'accent sur les aspects économiques du marché national et international (mois 6)
- supports pédagogiques pour l'Atelier de sélection des produits (mois 6) : Tableaux comparatifs.

## **ACTION 22. SELECTION PAR LES AUTORITES DU OU DES PRODUITS POUR LA DEUXIEME PHASE**

Cette sélection sera réalisée en fin de première phase avec le Comité de Pilotage du PEIG qui se tiendra à Vientiane et qui comprend des représentants du MAF, du STEA et du Ministère de la Justice. La Directrice Nationale du Projet pourra si elle le souhaite inviter d'autres participants à la réalisation de cette sélection.

Les cas seront présentés par les équipes ayant réalisé le travail de terrain avec les experts. Le consortium présentera un tableau comparatif et une recommandation de choix de produits pilotes pour la deuxième phase, tenant compte des ressources disponibles pour le projet.

## **ACTION 23. MISE EN PLACE DE CAS-PILOTE D'INDICATION GEOGRAPHIQUE (DEUXIEME PHASE)**

Dans la deuxième phase, cette activité de caractérisation des produits et marchés se déclinera en quatre sous-actions :

### ***Sous-Action 23.1 Mise en place d'une base de données, outil collectif de la filière concernée***

Le PEIG recueillera des données approfondies sur la filière candidate IG et sur ses marchés actuels et potentiels. Cette base de donnée sera constituée d'au moins 4 couches d'informations : les caractéristiques du produit et de son système de production et transformation (« process »); la zone

---

<sup>1</sup> Projet de développement rural du plateau des Bolovens (1998-2002).

<sup>2</sup> Programme de capitalisation en appui au développement rural, en cours, 2005-2008.

géographique et ses caractéristiques ; les acteurs économiques et institutionnels (liste des producteurs, transformateurs, commerçants et institutions concernées) ; les marchés actuels et potentiels. Cette base de données sera disponible également en version papier pour une plus large diffusion.

Pendant la deuxième phase, cette base de données sera gérée et actualisée par le projet, dans l'attente de la maturation du groupe porteur de l'IG qui devra ensuite la reprendre à son compte. Elle servira notamment à établir des contacts commerciaux avec des acheteurs internationaux.

### ***Sous-Action 23.2      Délimitation des terroirs et caractérisation du produit***

Les deux aspects de « delimitation » et de « caractérisation » sont étroitement liés dans le cas des produits IG. En effet, par définition, les caractéristiques du produit IG reflètent les caractéristiques du milieu, en intégrant ses facteurs naturels et humains.

La démonstration technique, économique et historique du lien qui existe entre le produit et la zone géographique est fondamentale. C'est le point qui assurera la durabilité de la production en la mettant à l'abri de la concurrence déloyale. Si cette étude n'est pas pertinente, il y a un grand risque important de voir s'évader le nom du produit vers d'autres régions du monde (accords OMC et ADPIC).

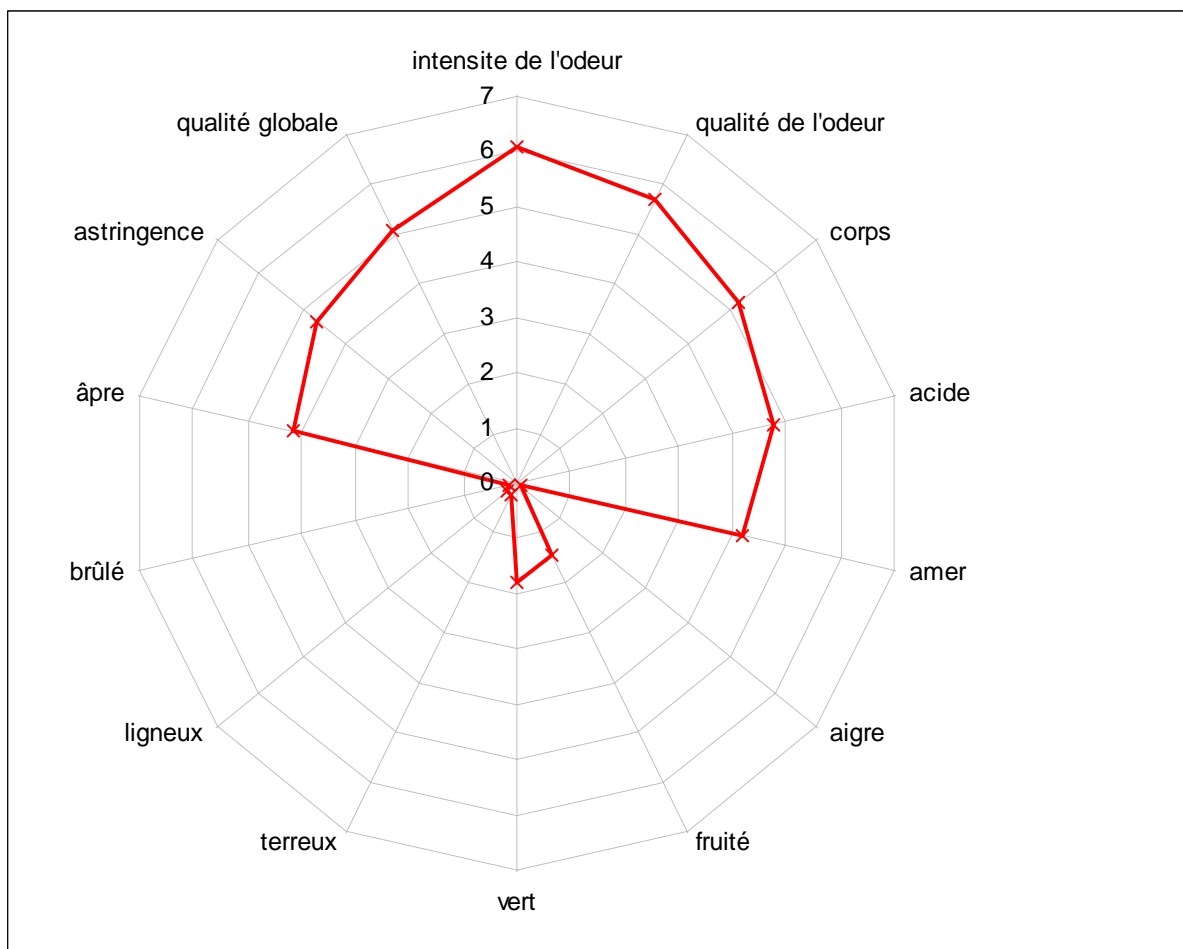
Pour délimiter la zone de production du ou des produit(s) sélectionné(s) en 2<sup>nde</sup> phase, nous proposons que l'équipe applique la méthode suivante :

- Un travail préalable rassemblera les données cartographiques, climatiques, historiques et les délimitations à dire d'acteurs.
- Le produit sera caractérisé par un groupe d'experts (techniciens- professionnels- acteurs de la filière- consommateurs) réunis dans un atelier de travail.
- A partir des caractéristiques du produit et des pratiques de production originales repérées dans la zone, seront définis les critères liés à l'origine géographique.
- Ces critères seront proposés aux différents acteurs de la filière avec comme objectif d'obtenir le consensus le plus large possible.
- Enfin la zone sera délimitée en fonction de la densité de l'occupation de l'espace de production.

Cette analyse de la délimitation des terroirs et de la caractérisation du produit par un groupe d'experts locaux « connaisseurs » du produit sera encadrée par C. Sarfati, qui en tant qu'ancien Délégué national de l'INAO en charge de la Délimitation des terroirs la maîtrise parfaitement. Cette action contribuera de façon décisive à la définition du cahier des charges.

Ce travail d'approfondissement de la caractérisation du produit peut requérir le recrutement d'experts complémentaires, agronomes ou spécialiste d'évaluation sensorielle par exemple, dont le profil pourra être défini seulement au démarrage de la deuxième phase du projet. (Voir la figure ci-dessous ; profil sensoriel moyen des arabicas lavés du Plateau des Bolovens, F. Ribeyre, Cirad, 2006).





### **Sous-action 23.3      Mise en place d'un plan commercial et marketing amélioré**

Cette sous-action comprendra les étapes suivantes :

- analyse du système distributif Lao ;
- étude des comportements d'achat
- attributs d'achat du produit
- établissement du plan marketing

Ces étapes s'appliqueront, quel que soit le produit sélectionné à l'issue de la Phase 1.

Toutefois, pour plus de clarté dans l'exposé, nous décrivons ci-dessous cette séquence dans l'hypothèse concrète où le produit sélectionné serait le café des Bolovens. Si un autre produit est choisi, ce protocole sera adapté au produit considéré.

#### **• Étape n°1: analyse du système distributif Lao**

La première étape consiste en une observation de la mise en marché du café (*étude cognitive*).

Ce travail se focalisera sur des visites de « Mini mart » (« supérettes » urbaines), de magasins spécialisés (de type « coffee shop ») et sur des marchés (postes de vente en marché). L'étude a pour principal objectif de répertorier les différents cafés mis sur le marché (type de café, provenance, marque, poids, emballage, concept (plastique, sous vide...) et prix).

L'étude devra se faire en deux temps :

1. Interview auprès du commerçant sur les habitudes et les comportements de ses clients : typologies des acheteurs-consommateurs.

2. Interview de 5 à 10 personnes par lieu d'enquête pour comprendre leur comportement d'achat de café (Quand achetez-vous du café ; Pourquoi, quelle marque préférez-vous, Quel prix, quel mode et moment de consommation, qu'attendez-vous d'un café)

Les villes enquêtées : Vientiane, Pakse (Champassak), Luang Prabang, Savannakhet.

Périodes d'enquête : Mai – juin (+enquêtes torréfacteurs artisanaux et industriels, en coordination avec projet PAB) ; Octobre-novembre.

- **Étape n°2 : étude des comportements de consommation de café**

La deuxième étape repose sur une analyse qualitative destinée à comprendre les attentes et les besoins des consommateurs (*étude affective*).

1. La méthode retenue pour l'étude qualitative repose sur les réunions de groupe (focus group): 5 à 8 réunions par ville.
2. Parallèlement, enquêter un groupe de restaurateurs hôteliers (3 focus groupes à définir) pour analyser leur comportement d'achat et leurs interprétations quant à leur consommateurs : habitudes, goût, mode de consommation.
3. Enquête aéroport de Vientiane : 50 à 100 touristes interrogés pour connaître la nature des achats lao avant leur retour dans leur pays.

Les villes enquêtées : Vientiane et Pakse.

Période d'enquête : novembre-décembre.

- **Étape n°3: Attributs d'achat d'un café**

La troisième étape consiste à définir les attributs d'achat et les perspectives de consommation (*étude projective*). Prévoir une analyse des consommateurs type par lieu de distribution.

1. Enquête auprès des consommateurs

La méthode retenue est le trade-off. L'interview en face-à-face repose sur une analyse de 3 à 5 produits différents pré-sélectionnés selon le type de distribution (« Coffee shop », « mini mart » et marché). Chaque produit décrit son marketing mix (provenance, concept, emballage, usage, prix, mode de mise en marché et communication).

L'échelle de Likert est utilisée comme moyen de quantifier les réponses de l'interviewé.

2. Enquête auprès des principaux responsables de la filière

Recours à la méthode de Delphi (méthode des experts). Cette méthode permettra de faire émerger les points de convergence et de consensus autour du scénario suivant : Prévoir une action promotion du produit dans une hypothèse IG: attributs intrinsèques, attributs symboliques et attributs de service.

Selon la nature du produit qui sera sélectionné en fin de phase 1, des études consommateurs pourront également se dérouler en dehors du Laos. L'équipe Marketing d'Agrocampus Rennes qui intervient dans le consortium CIRAD-INRA-LCG est reconnue pour sa maîtrise de l'application de ces techniques aux produits sous signe de qualité ou d'indication d'origine.

- **Étape n°4 : Etablissement d'un plan marketing**

Les résultats précédents permettront de développer le plan marketing définitif, c'est-à-dire un plan d'action commercial basé sur la cohérence entre :

- le produit,
- le prix,
- le réseau de distribution

– et la communication  
(ou 4P en anglais, en référence à product / price /place /promotion) ; et de préparer la mise en place des actions de promotion.

**Sous-Action 23.4                      Promotion et prospection internationales**

- Mise en place des actions publi-promotionnelles : rédaction et édition de brochures, publicités ciblées, site Web...
- Mise en application des événementiels ; préparation et participation à des salons et manifestations internationales en Asie ou Europe (SIAL France en octobre 2008 par exemple)
- Démarchage direct de nouveaux acheteurs internationaux, grâce aux meilleures connaissances acquises sur les caractéristiques et l'originalité du produit, sur les capacités de la filière et sur les attentes des marchés. Le projet développera ces contacts avec des acheteurs via la participation à des salons internationaux et/ou en les invitant à visiter la zone de production.
- Contractualisation : Des acheteurs pourront se montrer intéressés par des accords de distribution exclusive sur certains marchés. En échange il leur sera proposé de contribuer au financement d'activités de promotion ou au budget de l'organisation de défense et de gestion du produit IG.

Comme l'activité 1, l'activité 2 « Caractériser et promouvoir le(s) produit(s)-pilote sous indication géographique » donnera lieu à des formations et à l'édition de matériels pédagogiques. Un spécialiste en éducation rurale (T. Gillet) apportera un soutien à distance et réalisera une mission d'appui. Trois manuels pédagogiques seront édités : « Elaboration d'un plan marketing », « Guide de l'analyse de filière », « Typicité et différenciation des produits agro-alimentaires ».

Cette activité contribuera au Séminaire final du projet PEIG (Mois 26) en le transformant en une vitrine attractive pour le ou les IG « pilote », mais aussi plus généralement pour tous les produits laos d'exception. Ce séminaire combinera donc à la fois un événement technique (**congrès**), et un événement commercial (**salon**).

**ACTIVITE 3                      «DEFINIR LES REGLES DES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES».  
PROPOSER ET TESTER DES DELIMITATIONS GEOGRAPHIQUES ET  
DES REGLES TECHNIQUES.**

Les actions de cette activité se déroulent uniquement en deuxième phase, après la sélection du produit- pilote retenu par le PEIG (c'est-à-dire après juillet 2007).

L'activité 3 comporte deux actions et six sous-actions :

- Proposer les règles des IG :
  - i. Etablissement d'un cahier des charges
  - ii. Voyage d'étude à l'étranger
  - iii. Définition du plan de contrôle
- Tester et évaluer les règles :
  - i. Mise en place et test du cahier des charges et du plan de contrôle.
  - ii. Evaluation et ajustement des règles de l'IG : délimitation géographique, cahier des charges, plan de contrôle.

Le travail s'organisera par conséquent en deux étapes :

- Mois 7 à 12 : définition du cahier des charges et du plan de contrôle (première version)
- Mois 13 à 24 : test « à blanc » de ces dispositifs.

**ACTION 31. PROPOSER LES REGLES DESIG : CAHIER DES CHARGES ET PLAN DE CONTROLE**

Vu le temps nécessaire pour l'organisation des producteurs, et donc a fortiori pour constituer un groupement de toute la filière, il n'est pas certain que le groupe porteur de l'IG soit constitué officiellement dès la première année du projet. Pour tenir compte des caractéristiques de la région et du produit qui seront retenus, des mécanismes progressifs seront proposés (groupes de travail informels au départ).

**Sous-action 31.1 Cahier des charges**

Le cahier des charges décrit la zone de production et les bonnes pratiques de production et de transformation nécessaires pour que le produit retenu présente les caractéristiques uniques qui fondent son originalité. Il ne repose pas nécessairement sur une description exhaustive. Mais il doit décrire précisément les caractéristiques et les étapes qui sont essentielles pour assurer l'originalité du produit IG. Ces éléments seront identifiés sur la base d'une concertation entre des praticiens (producteurs, transformateurs, négociants) « connaisseurs » du produit, compétents et reconnus par leurs pairs.

Les travaux à réaliser nécessitent en amont la sensibilisation des opérateurs au concept « Indication Géographique » notamment par l'adaptation et diffusion du « Guide du Demandeur d'Indication Géographique ».

Les éléments du cahier des charges proviendront pour une large part du travail réalisé sur la caractérisation du produit (voir ci-dessus, l'action 23.2 « Délimitation du terroir et caractérisation du produit »). Le PEIG accompagnera le groupe de praticiens chargés de proposer une première version de ce cahier des charges.

**Sous-action 31.2 Voyage d'étude à l'étranger**

Des échanges directs d'expérience sont essentiels pour observer le fonctionnement concret des produits et des marchés pour les indications géographiques. Un **voyage d'étude en France ou dans un autre pays étranger** est prévu pour trois porteurs du projet d'IG (administration, producteurs, opérateurs aval). Il pourra être l'occasion de réaliser un jumelage avec un organisme de gestion et de défense d'un produit IG en France.

**Sous-action 31.3 Définition du plan de contrôle**

L'explication du lien entre cahier des charges et contrôles est essentielle. En effet, un cahier des charges n'est opérationnel que s'il est contrôlable. Le projet développera l'information aux intervenants sur la nature et le déroulement des contrôles internes (gérés par l'organisation de producteurs) et externes (Organismes de contrôle). Il les accompagnera dans la rédaction du premier Plan de Contrôle.

Les travaux à réaliser sont :

- la sensibilisation des Organismes de Contrôle au concept « Indication Géographique »
- l'information des Organismes de Contrôle sur les Cahiers des Charges en cours d'élaboration
- la mise en place d'un plan de formation des personnels chargés des contrôles
- l'appui à la rédaction des premiers Plans de Contrôle
- l'appui éventuel à la mise en place de laboratoire de contrôle de la qualité dans les zones de production.

Ces travaux sur l'élaboration du cahier des charges et la définition du plan de contrôle s'appuieront sur l'expertise de Ch. Perraud, ancien directeur de la Coopérative Agricole « Salines de Guérande » et actuel président de CERTIPAQ (Certification de Produits agro-alimentaires de qualité), organisme certificateur français qui s'est précisément spécialisé sur les produits sous signe de

Qualité et d'Origine ([www.certipaq.com](http://www.certipaq.com)). M. Perraud intervient également en Thaïlande de façon suivie depuis 2004 dans le cadre de la coopération franco-thaï dans le domaine des IG.

## **ACTION 32. TESTER ET AJUSTER LES REGLES : CAHIER DES CHARGES ET PLAN DE CONTROL**

### ***Sous-action 32.1 Test du cahier des charges***

Le projet PEIG dure deux années, et doit permettre de tester la mise en place et le contrôle du cahier des charges pour le produit pilote retenu. En fin de première année, une première version du cahier des charges et du plan de contrôle devra donc avoir été élaborée. Puis, au cours de la deuxième année, producteurs, transformateurs et commerçants mettront à l'épreuve les règles qu'ils auront eux-mêmes définies. La période de démarrage du test du cahier des charges dépendra évidemment du cycle productif du produit choisi.

### ***Sous-action 32.2 Test du plan de contrôle***

Ce travail sera mené en année 2 dans la région retenue tout au long d'un cycle de production, en lien étroit avec les producteurs transformateurs et négociants. Cette action se fera bien sur en synergie étroite avec l'action 13 « Appui et accompagnement des groupes demandeurs d'IG ».

## **ACTION 33. CONSOLIDER LA DEMARCHE**

### ***Sous-Action 33.1 Edition***

Cette activité de suivi et consolidation de la démarche collective de qualité débouchera sur l'élaboration et l'édition par le PEIG de trois manuels pédagogiques : « Qualité et contrôle » ; « Délimitation des terroirs et définition des cahiers des charges », « Gestion financière des IG »

### ***Sous-Action 33.2 Evaluation et ajustement du dispositif***

A la fin de la deuxième année, les contenus du cahier des charges et du plan de contrôle seront évalués et éventuellement réajustés et améliorés sur la base de l'expérience acquise. Cela permettra de préparer une version qui corresponde plus étroitement aux attentes et aux capacités de la filière.

Ce travail sera également conduit en synergie étroite avec l'action 13 « Appui et accompagnement des groupes demandeurs d'IG ».

Travaux à réaliser :

- bilan sur la mise en place des premières Indications Géographiques enregistrées
- audit des filières concernées par ces premiers enregistrements

### ***Sous-Action 33.2 Séminaire final***

Le séminaire final du projet est prévu pour le mois 24 (janvier 2009). Ce séminaire final sera couplé avec une exposition de produits. Il abordera la validation de l'appropriation du concept « Indication Géographique » dans le contexte laotien. Ce sera également l'occasion pour les acteurs du « système IG » au Laos de présenter leurs observations et propositions sur ce thème, et de préciser avec les autorités compétentes les mesures d'accompagnement nécessaires à la pérennisation du système.

**« Phase I : Etude de faisabilité » - Calendrier prévisionnel des actions des mois 4-5 et 6**

Activités proposées	Phase 1 (mois)					
	1	2	3	4	5	6
<b>1. RECONNAITRE LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES</b>						
<b>1.1 Appui à la finalisation du cadre légal</b>						
- 11.1 Atelier Procédure d'enregistrement des IG						X
- 11.2 Réunions du groupe de travail « Décret »					X	
<b>1.2 Communiquer sur les Indications géographiques</b>						
- 12.1 Sensibiliser les décideurs				X	X	X
- 12.2 Former les agents MAF et de développement				X	X	X
- 12.3 Informer les producteurs et opérateurs économiques				X	X	X
<b>2. PROMOUVOIR LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES : ANALYSE DES PRODUITS ET DES MARCHES</b>						
○ <u>Etude de faisabilité des produits potentiels</u>						
- Formations thématiques					X	X
- Réceptivité des opérateurs				X	X	
- Etudes de marché				X	X	X
- Diagnostic de la filière				X	X	X
- Rapports par produit						X
○ <u>Atelier de sélection du ou des produits 2<sup>ème</sup> phase</u>						X

Synthèse « Phase II – Mise en place des IG » - Calendrier prévisionnel des actions

	Phase 2																							
Activités proposées	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24						
<b>1. RECONNAITRE LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES</b>																								
<b>1.1 Appui à finalisation du cadre légal des IG</b>																								
- 11.2 Groupe de travail « Décret » et suivi règlementation		X		X		X		X		X		X		X		X		X						
- 11.3 Voyage d'étude « Cadre légal » dans un pays voisin				X			X	X	X	X	X	X		X		X		X						
- 11.4 Appui mise en place Bureau des IG							X	X	X	X	X	X		X		X		X						
- 11.5 Appui mise en place Commission des IG													X	X	X	X	X	X						
<b>1.2 Communiquer sur les IG</b>																								
- 12.1 Sensibiliser les décideurs	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						
- 12.2 Former les agents du MAF et du développement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						
- 12.3 Sensibiliser producteurs et opérateurs	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						
<b>1.3 Accompagner les groupes professionnels demandeurs</b>																								
- 13.1 Motiver et préparer les groupes	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X									
- 13.2 Constituer les groupes						X		X		X		X		X		X								
<b>2. PROMOUVOIR LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES</b>																								
<b>o Mise en place de cas-pilote IG</b>																								
- 23.1 Constituer la base de données filière	X	X	X	X	X	X			X						X		X							
- 23.2 Délimiter le terroir et caractériser le produit		X	X	X	X	X			X					X	X	X								
- 23.3 Mettre en place un plan marketing									X					X		X	X							
- système de distribution		X	X	X	X	X																		
- comportement s d'achat			X	X	X	X																		
- attributs du produit					X	X	X																	
- plan marketing amélioré							X	X	X			X			X									
- 23.4 Actions de promotion internationales																								
- actions publi-promotionnelles									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X						
- mise en application des événementiels ; (salons)												X	X		X		X	X						
- démarchage de nouveaux acheteurs													X	X	X		X	X						
- contractualisation																								

<b>3. DEFINIR LES REGLES DES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES</b>																
<b>31. Proposer les règles</b>																
- 31.1 Proposer un cahier des charges																
- Mise en place d'un plan de formation des opérateurs		X	X	X	X	X	X	X	X		X		X		X	
- Appui à la rédaction du Cahier des Charges (zonage, production, après-récolte)				X	X	X	X	X	X				X	X		
- 32.2 Voyage d'étude « Fonctionnement IG » à l'étranger									X							
- 32.3 Proposer un plan de contrôle																
- Sensibilisation des organismes de contrôle				X	X	X	X	X	X				X	X		
- Appui à rédaction Plan de contrôle					X	X	X	X	X				X	X		
- Formation des contrôleurs						X	X	X	X					X	X	
<b>32. Tester et ajuster les règles</b>																
32.1 Application-pilote du cahier des charges									X	X	X	X	X	X	X	X
32.2 Application pilote du plan de contrôle									X	X	X	X	X	X	X	X
<b>33. Consolider la démarche</b>																
33.1 Editer les manuels					X	X			X				X		X	X
- 33.2 Bilan													X	X	X	X
- 33.3 Séminaire final																X

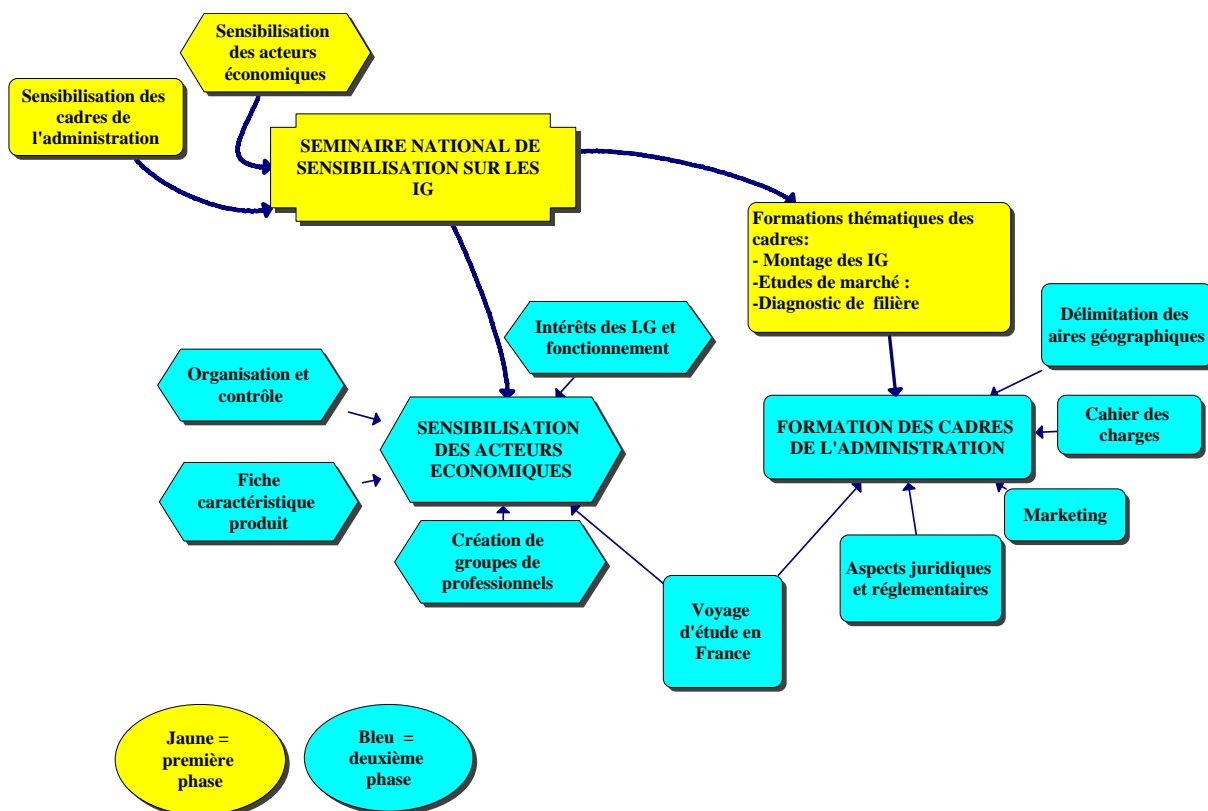


A la fin de la deuxième phase du PEIG, les résultats obtenus seront les suivants :

- Les propositions de décrets, procédures et instances requis par la mise en place des IG au Laos ont été élaborées en concertation avec tous les acteurs compétents et ont été soumises pour approbation aux autorités politiques.
- Une équipe de l'administration centrale est compétente en matière d'indication géographique. Ses membres :
  - ont assimilé le concept d'indication géographique
  - connaissent le cadre juridique et réglementaire de l'indication géographique au Laos
  - ont acquis les compétences pour analyser des filières de production, et aider les professionnels à délimiter des terroirs et définir un cahier des charges
  - ont acquis les outils pour aider à la constitution d'organisations professionnelles adéquates aux indications géographiques.
- Pour plusieurs produits, des groupes de producteurs au niveau des provinces sont sensibilisés, ils connaissent et ont compris les éléments des indications géographiques et une fiche simplifiée des caractéristiques du produit est élaborée. Les autres acteurs de la filière au niveau provincial sont sensibilisés au concept d'indication géographique, à son intérêt et à leur rôle dans leur mise en œuvre.
- Pour un produit au moins, l'ensemble des opérateurs économiques de la filière a participé à l'élaboration d'un cahier des charges et d'un plan de contrôle et à leur mise en place en vraie grandeur. Un plan marketing a été construit. De nouveaux marchés ont été identifiés. De nouveaux acheteurs ont été contactés.
- Des formations thématiques et des manuels pédagogiques appuyés sur des exemples concrets ont été réalisés sur les principaux thèmes qui déterminent la pérennité du système.

Le schéma suivant visualise le cycle de formation des cadres chargés de l'application des IG, et le cycle de sensibilisation et de formation à l'intention des acteurs économiques.

## Schéma : Principales actions de sensibilisation et de formation



## **ASSISTANCE TECHNIQUE PONCTUELLE REQUISE**

L'assistance technique concerne essentiellement des missions d'appui sur place au Laos, dont le descriptif est donné ci-dessous et détaillé dans le tableau récapitulatif.

Des actions de suivi France sont également nécessaires pour la préparation, la coordination et le suivi des missions, pour assurer une relation et un support à distance permanents avec les responsables du PEIG et les responsables du MAF et du STEA, ainsi que pour viabiliser des études de filière ou des actions marketing hors du Laos. Elles sont précisées ci-dessous.

### Appuis identifiés :

1. Expert juriste du département international et juridique de l'INAO, pour le suivi du projet de loi des Indications géographiques en phase 1, au mois 2 puis pour la discussion des recommandations relatives au décret d'application (mois 6). Pendant la deuxième phase du projet, l'appui juridique nécessitera deux missions d'étude et de formation. Soit au total, 4 missions (28 jours).  
Un total de 5 semaines base France est consacré à la préparation et valorisation des missions et au suivi à distance de l'élaboration de la réglementation.
2. Un expert du montage des IG, responsable professionnel agricole français, est prévu comme intervenant au séminaire initial de sensibilisation aux IG. Membre du Comité national de l'INAO et responsable d'un organisme de contrôle et de certification, C. Perraud appuiera l'identification des produits puis assurera en deuxième phase le suivi du thème « cahier des charges et contrôle ». La mission initiale, puis 2 missions de suivi chaque année en deuxième phase, totalisent 5 missions (42 jours). Une semaine base France est prévue pour les rapports.
3. Un spécialiste en études de marché et marketing intervient dès la première phase. Puis 2 missions /formation sont prévues en deuxième phase pour structurer le plan marketing, et 2 autres pour les actions promotionnelles de la deuxième année. En tout 5 missions (49 jours). Un total de 5 semaines base France est prévu pour la préparation et l'aide au traitement des enquêtes ainsi que pour d'éventuelles actions de prospection et promotion en France.
4. Un spécialiste de l'analyse économique des filières qualité, du Cirad. Il analysera la viabilité économique des démarches proposées et assurera également le rôle de correspondant méthodologique du chef de mission. Deux missions de 14 jours pour l'étude de faisabilité, puis 2 missions par an pendant la mise en application pour assurer le suivi des opérations (total 77 jours).  
Ce spécialiste assure par ailleurs la coordination de l'expertise internationale et du suivi permanent du PEIG au titre du CIRAD, chef de file du groupement CIRAD-INAO-LCG. Ce travail correspond à 8 semaines base France pour l'ensemble de la durée du PEIG.
5. Expert en délimitation des terroirs et caractérisation des produits (C. Sarfati). Deux missions sont prévues au démarrage de la phase d'application, puis un suivi de 7 jours (total 28 jours).
6. Un spécialiste de la formation et des outils pédagogiques. Mobilisé à distance en Phase 1, il est prévu un appui au Laos en année 2 pour la structuration des Manuels pédagogiques (14 jours).

**Récapitulatif des appuis ponctuels requis (en nombre de jours de mission Laos)**

	Nombre de missions (nombre de jours, voyages inclus)	
	<b>Phase 1</b> M1 à M6	<b>Phase 2</b> M7 à M18
<b>Activité 1 : Reconnaître les IG</b> <b>Cadre légal et institutionnel</b> Spécialiste juriste des IG	2 (14 + )	2 (14)
<b>Activité 2 : Promouvoir les produits IG</b> <b>Produits et marchés</b> Spécialiste Montage des IG et contrôle Spécialiste Etudes de marché Spécialiste Analyse de filière	1 (14) 1 (14) 2 (28)	4 (28) 4 (35) 4 (49)
<b>Activité 3 : Définir les règles des IG</b> <b>Cahier des charges et plan de contrôle</b> Spécialiste Délimitation terroirs et caractér. produits Spécialiste Formation et outils pédagogiques		3 (28) 1 (7)
Total	6 (70)	18 (161)

Appuis à définir :

Les Termes de références prévoient qu'en fonction du ou des produits retenus à l'issue de la première phase, l'assistance technique pourra mobiliser des experts compétents supplémentaires.

Ces missions pourront mobiliser des spécialistes du / des produit(s) (expert en riz parfumés par exemple), ou des spécialistes de la qualité (expert en évaluation sensorielle par exemple). Leur profil sera défini avec les acteurs de la filière et les autorités compétentes au démarrage de la deuxième phase du projet. Sont prévus 25 jours de mission à réaliser à partir du mois 7.

## Projet d'Etablissement des Indications Géographiques au Laos (PEIG)

Groupement CIRAD - INAO - LCG

## CALENDRIER D'INTERVENTION PHASE I

[illegible]

### Intervention des experts internationaux

## Intervention des experts nationaux

## CALENDRIER D'INTERVENTION DU PERSONNEL

[illegible]

## Intervention en France

### Intervention au Laos